

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CÂMPUS PROF. FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MIRACELLE SILVA MOTA

**GESTÃO DA QUALIDADE: O CASO DA EMPRESA MIRACELLE E
MOTA LTDA NA CIDADE DE CACOAL - RO**

**Artigo Científico
Trabalho de Conclusão de Curso**

Cacoal – RO
2015

MIRACELLE SILVA MOTA

**GESTÃO DA QUALIDADE: O CASO DA EMPRESA MIRACELLE E
MOTA LTDA NA CIDADE DE CACOAL - RO**

Artigo Científico apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR – Campus Prof. Francisco Gonçalves Quiles como requisito parcial para a obtenção do grau em Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientação: Prof. Ms. Geraldo Correia.

Cacoal – RO
2015

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CÂMPUS PROF. FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Artigo Científico - TCC intitulado Gestão da Qualidade: o caso da empresa Mircelle e Mota LTDA na cidade de Cacoal - RO, elaborado pela acadêmica Miracelle Silva Mota, foi avaliado pela banca examinadora em _____ de _____ de 2015, orientado pelo Prof. Ms. Geraldo da Silva Correia.

Profº Ms. Geraldo da Silva Correia (Presidente)
(UNIR- Cacoal)

Profº Ms. Rogerio Simão (Membro)
(UNIR- Cacoal)

Profº PhD. Maria Bernadete Junkes (Membro)
(UNIR- Cacoal)

Cacoal– RO
2015

***A Deus, meus familiares
e aos meus amigos...***

Agradeço a Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades. Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional. Aos meus amigos e professores, que me ajudaram direta ou indiretamente neste trabalho. A UNIR - Campus de Cacoal, Departamento de Ciências Contábeis, pela oportunidade de fazer o curso e pela dedicação dos amáveis professores.

Agradeço profundamente a todos, que ouviram os meus desabafos; que presenciaram e respeitaram o meu silêncio; que compartilharam este longo passar de anos, de páginas, de livros e cadernos; que fez meu mundo um mundo melhor; que me acompanharam, choraram, riram, sentiram, participaram, aconselharam, dividiram; as suas companhias, os seus sorrisos, as suas palavras e mesmo as ausências foram expressões de amor profundo. As alegrias também são suas, pois seus amores, estímulos e carinhos foram armas para essa minha vitória.

GESTÃO DA QUALIDADE: O CASO DA EMPRESA MIRACELLE E MOTA LTDA NA CIDADE DE CACOAL - RO

Miracelle Silva Mota¹

RESUMO:

A pesquisa objetivou analisar a gestão da qualidade da empresa Miracelle & Mota Ltda (Mota Instalações), a partir da avaliação do nível de satisfação dos clientes, referente aos serviços prestados pela empresa. Para tanto, buscou-se verificar os resultados preestabelecidos e sua conformidade aos padrões de qualidade propostos, resultantes da avaliação de satisfação, além de propor ações correlativas para eliminar os bloqueios que dificultariam o alcance da qualidade proposta. Utilizou-se métodos de pesquisa bibliográfica e documental, e da técnica de coleta de dados Formulário, com variáveis distintas, do qual cada variável é subdividida em questões diferenciadas, onde foi possível identificar o perfil dos colaboradores, e de forma geral, avaliou-se a satisfação do atendimento e dos serviços fornecidos a eles. Os dados foram tabulados e analisados de acordo com os quesitos questionados: perfil do cliente, atendimento, serviço, técnicos de trabalho e serviço pós-entrega. Os resultados obtidos através desta pesquisa mostraram que os clientes estão insatisfeitos com os aspectos visuais da empresa e com a falta de interatividade no serviço pós-entrega online. Portanto, constatou-se que a satisfação do cliente é o fator fundamental para a gestão da qualidade de uma empresa, pois é esse nível de satisfação que fará com que o cliente se fidelize.

Palavras-chave: Satisfação do cliente, Prestação de Serviços, Atendimento, Gestão da Qualidade.

1 INTRODUÇÃO

Em fase da aceleração de mudanças, tecnologias e da globalização, as organizações lucrativas e não lucrativas têm incorporado a gestão de qualidade em seus processos, sendo de extrema importância para as médias empresas (ABRANTES, 2009). A gestão da qualidade envolve diversos fatores e perspectivas, que podem influenciar o seu gerenciamento.

Dentre diversos conceitos apresentados sobre a qualidade, mencionam que ela pode ser técnica. De acordo com Abrantes (2009), a qualidade técnica está voltada ao bom atendimento das exigências e expectativas concretas, tais como tempo, finanças, taxa de defeitos, funcionalidade, durabilidade, segurança e garantia. Percebe-se que a qualidade não é restrita ao produto, compreendendo a organização em sua totalidade. Torna-se necessário que as empresas assimilem tais definições para que possam buscar a qualidade.

Segundo Paladini (2010, p. 20) quanto à questão da qualidade, não se pode redefinir um termo intuitivamente que todo o mundo já conhece; nem restringir seu uso a situações específicas, se ele for de domínio público. No entanto, o termo qualidade pode ser

¹ Acadêmica concluinte do curso Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia – *Campus* Professor Francisco Gonçalves Quiles, com o TCC elaborado sob a orientação do Professor Mestre Geraldo da Silva Correia.

considerado subjetivo perante as pessoas, pois cada um tem sua necessidade e pode estar em diferentes níveis de satisfação em determinado período que vive.

A seguinte pesquisa foi realizada na empresa Miracelle & Mota Ltda. localizada na cidade de Cacoal-RO, que atende seus clientes na mesma cidade, oferecendo-lhes serviços de instalações elétricas. Neste contexto, a gestão da qualidade está interligada ao grau de satisfação dos clientes, buscando-se avaliar esse nível de satisfação com relação aos serviços prestados pela empresa, visando aprimorá-los. Sendo assim, a pesquisa propõe responder o problema: De que forma a avaliação da satisfação dos clientes contribui para a melhoria da gestão da qualidade da empresa em estudo?

O objetivo da pesquisa consiste em analisar a gestão da qualidade da empresa Miracelle & Mota Ltda. a partir da avaliação do nível de satisfação dos clientes, referente aos serviços prestados pela empresa. Também busca verificar os resultados preestabelecidos e sua conformidade aos padrões da qualidade propostos, avaliando o nível de satisfação dos clientes, de acordo com os serviços prestados e propondo ações correlativas para eliminar os bloqueios que dificultam o alcance da qualidade proposta.

O tema é considerado importante para a área acadêmica, pois a pesquisa auxilia na divulgação do conhecimento sobre os conceitos que a gestão da qualidade envolve, bem como, seu gerenciamento em uma empresa prestadora de serviços e sua ligação direta com o nível de satisfação dos clientes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta visa única e exclusivamente identificar os pensadores que defenderam a mesma ideia usada pela autora, bem como, subsidiando o desenvolvimento da presente pesquisa.

2.1 SISTEMA DA GESTÃO DA QUALIDADE

Utilizado em organizações de todo o mundo há pelo menos meio século, o Sistema de Gestão da Qualidade oferece ferramentas para que as organizações implantem, gerenciem e cheguem à qualidade de seus processos. O Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) é a estrutura organizacional criada para gerir e garantir a Qualidade, os recursos necessários, os procedimentos operacionais e as responsabilidades estabelecidas.

Para Oliveira (2004, p. 15):

A produção de produtos e serviços com a qualidade não é uma fácil tarefa de ser conseguida. Faz-se necessário o desenvolvimento e implantação de sistemas de gestão da qualidade nas organizações, para que se garanta o comprometimento de todos com o objetivo de conquistar a excelência nos processos e produtos da empresa, possibilitando seu aprimoramento contínuo.

O SGQ de uma empresa é composto de processos operacionais, processos de suporte e de gestão, bem como de procedimentos que orientam como executar determinada tarefa com o detalhe requerido, bem como a definição das respectivas responsabilidades.

O Sistema de Gestão da Qualidade deve ser documentado e formalizado através do Manual da Qualidade. Como enfatiza Neto (2008, p. 52), a estrutura documental do SGQ é uma estrutura hierarquizada na qual o Manual da Qualidade é o nível mais elevado, devendo incluir os elementos que identifiquem claramente a forma de gestão que possa ter influência na Qualidade do produto ou serviço final.

2.1.1 Gestão de Qualidade

A gestão da qualidade vem se construindo como uma das principais estratégias adotadas pelas empresas das novas condições que se configuram e no aumento da competitividade, no sentido de proporcionar a melhoria de produtos e serviços, prevendo assegurar a completa satisfação das necessidades dos clientes relacionadas ao que está sendo oferecido, ou ainda, a superação de suas expectativas. Sendo assim, Oliveira (2004, p. 14) afirma que a qualidade, na gestão estratégica é definida em relação aos concorrentes e não aos padrões fixos e internos. São clientes e não departamentos internos que determinam se um produto é aceitável ou não.

O que acontece, é a dificuldade de usar na prática as teorias modernas da qualidade. Desta forma, a gestão da qualidade não precisa, necessariamente, implicar na aceitação de algum reconhecimento, embora esse seja o meio mais comum. Porém, sempre envolve a observância de alguns conceitos básicos ou princípios de gestão da qualidade, que podem e devem ser observados por qualquer organização. Oito princípios de gestão foram identificados, os quais podem ser usados para conduzir a organização na melhoria de seu desempenho de acordo com a ABNT NBR ISO 9001, sendo eles:

Princípio 1 – Organização Focada no Cliente: As organizações dependem de seus clientes e, portanto, convém que entendam as necessidades atuais e futuras do cliente, os seus requisitos e procurem exceder as suas expectativas;

Princípio 2 – Liderança: Líderes estabelecem a unidade de propósito e o rumo da organização. Convém que eles criem e mantenham um ambiente interno, no qual as pessoas possam estar totalmente envolvidas no propósito de atingir os objetivos da organização;

Princípio 3 – Envolvimento de Pessoas: Pessoas de todos os níveis são a essência de uma organização e seu total envolvimento possibilita que as suas habilidades sejam usadas para o benefício da organização;

Princípio 4 – Abordagem de Processo: Um resultado desejado é alcançado mais eficientemente quando as atividades e recursos relacionados são gerenciados como um processo;

Princípio 5 – Abordagem Sistêmica para a Gestão: Identificar, entender e gerenciar um processo inter-relacionando como um sistema contribui para eficácia e a eficiência da organização no sentido de esta atingir os seus objetivos;

Princípio 6 – Melhoria Contínua: Convém que a melhoria contínua do desempenho global da organização seja seu objetivo permanente;

Princípio 7 – Abordagem Factual para a Tomada de Decisão: Decisões eficazes são baseadas em análises de dados e informações;

Princípio 8 – benefícios Mútuos nas Relações com os Fornecedores: Uma organização e seus fornecedores são interdependentes, e uma relação de benefícios mútuos aumenta a habilidade de ambos em agregar valor.

Segundo Paladini (2004, p.185), a gestão da qualidade envolve ações produtivas de três naturezas distintas: as atividades industriais, a geração de serviços e a estruturação de métodos .A excelência organizacional é alcançada quando esta consegue adequar-se para atender as necessidades dos clientes, pois uma empresa que trabalha efetivamente com ela tem as suas fundações baseadas na busca pela melhoria constante.

2.1.2 Gestão da Qualidade Total

A qualidade pode ser definida, de forma bem resumida, como o atendimento pleno das necessidades de um cliente. E esse atendimento vem ao encontro das exigências dos clientes, dependendo da implantação de processos de melhoria contínua. De acordo com Longo (1996, p. 8), a qualidade deixou de ser um aspecto do produto e responsabilidade apenas de departamento específico e passou a ser um problema da empresa, abrangendo todos os aspectos de sua operação.

Então, pode-se dizer que a qualidade total é uma decorrência da aplicação da melhoria contínua dos processos dentro da uma empresa. Outra definição importante da Gestão da Qualidade Total foi feita por Joseph Juran que também definiu a qualidade; o mesmo criou a sigla “TQM” (*Total Quality Management*) que pode ser traduzida por Gestão da Qualidade Total, que também pode ser definida como a ampliação do planejamento de negócios da empresa (PALADINI, 2010).

A Qualidade Total pode representar a busca da satisfação, não só do cliente, mas de todos os "stakeholders" (entidades significativas na existência da empresa) e também chegar

ao nível de excelência organizacional da empresa. Para Chiavenato (2003, p. 471), Qualidade Total é o processo de envolver todos os membros da organização para assegurar cada atividade relacionada com a produção de bens e serviços dentro do compromisso de melhorar continuamente e atender completamente as necessidades do cliente. Também significa criar, intencionalmente, uma cultura organizacional em que todas as transações são perfeitamente entendidas e corretamente realizadas e onde os relacionamentos entre funcionários, fornecedores e clientes são bem-sucedidos.

Embora a qualidade sempre tenha sido adotada por uma questão de sobrevivência, como na Segunda Guerra Mundial - seus princípios e técnicas promovem melhorias tais que, atualmente, as empresas de maior sucesso são aquelas que adotam as ferramentas de gestão da qualidade.

Segundo Abrantes (2009, p. 202):

O autor enfatiza que, principalmente no Brasil, a qualidade de serviços é mais difícil de ser obtida que a de produtos. Qual o motivo desta afirmativa? Principalmente porque a qualidade de serviços depende da educação e postura ética da pessoa que está atendendo diretamente o cliente.

A Gestão pela Qualidade Total GQT é uma abordagem abrangente que visa melhorar a competitividade, a eficácia e a flexibilidade de uma organização, por meio de planejamento organizacional, com a compreensão de cada atividade e com o envolvimento de todos.

Segundo Oaklande (1994, p. 48), a GQT visa melhorar a competitividade, a eficácia e a flexibilidade por meio de planejamento, organização e compreensão de cada atividade, envolvendo cada indivíduo em cada nível. Desse modo, percebe-se que todas as partes integrantes de todas as áreas devem ser aplicadas, partindo do topo, com comprometimento total da administração, sendo este apoio fundamental para o sucesso.

2.2 TRILOGIA DA QUALIDADE

O planejamento da qualidade é um dos três processos básicos de gestão, através do qual podemos gerenciar a qualidade. Os três processos estão interligados, logo a alta da qualidade implica, geralmente, maiores ganhos. De acordo com a visão de custos, a qualidade é ausência de defeitos, portanto, o aumento da qualidade custa, em regra, menos dinheiro para a empresa.

Para Corrêa (2011, p. 185), pode ser classificada a trilogia da qualidade em três etapas:

1. **Planejamento:** é o processo de estabelecer os objetivos para qualidade e desenvolver os planos para atingir esses objetivos;
2. **Controle de Qualidade:** é o processo contínuo usado pelo pessoal operacional com meio para atingir os objetivos planejados;
3. **Melhoramento da Qualidade:** esse terceiro membro da trilogia tem o objetivo de melhorar os níveis atuais de desempenho da qualidade.

A implantação desta abordagem é baseada na formação de equipes para a resolução de problemas, um por um, melhorando a qualidade constantemente, podendo ser representada através de um diagrama simples mostrando a inter-relação, de acordo com a figura 1.

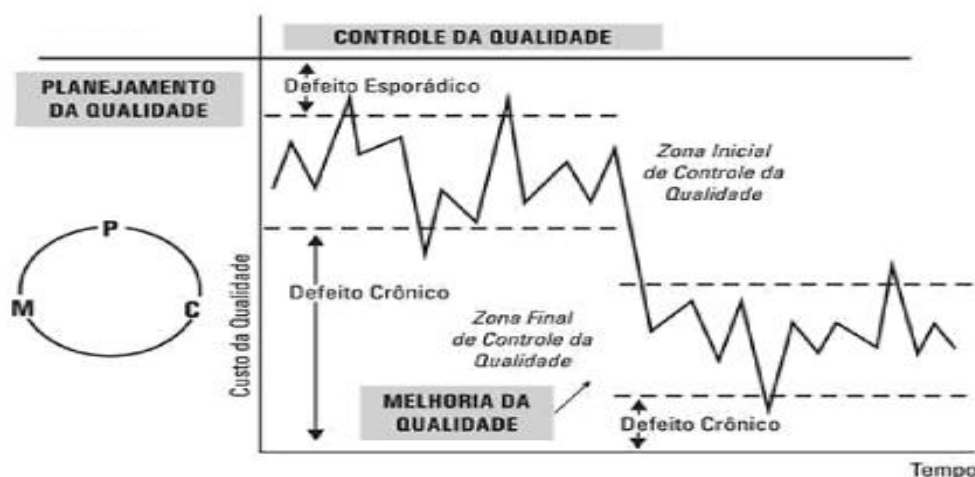


Figura1: Trilogia da Qualidade.

Fonte: Rodrigues (2012).

Referindo-se a trilogia da qualidade exposta na figura 1, Rodrigues (2012) afirma que o defeito esporádico é sempre identificado pelo operador e pode ser corrigido ou minimizado na fase “controle” da trilogia. Já o defeito crônico nem sempre é identificado pelo operador, que em alguns casos, só tem acesso a seus efeitos. Esses defeitos têm origem na concepção do processo ou na fase “planejamento”. Na fase “melhoria” que é conduzida com o apoio e respaldo da alta direção, busca-se através de um novo planejamento e ajustes no processo e eliminação das causas responsáveis pelas perdas crônicas.

Portanto, a trilogia é o resultado simultâneo do trabalho em equipe. Significa, também, a vantagem do todo sobre as partes, mostrando a importância da visão sistêmica e do foco no conjunto. Decidir com a visão de conjunto e desenvolver ações locais são fundamentos para o sucesso de muitas atividades.

2.3 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

No contexto da qualidade, as pessoas acreditam que a mesma está relacionada ao produto final, porém, a qualidade deve ser mantida em cada etapa do processo de execução de um serviço, pois em muitos casos um material de péssima qualidade pode ocasionar sérios problemas ao cliente e grandes prejuízos na vida do trabalhador. Por isso, é extremamente importante manter a qualidade presente no fluxo de todos os procedimentos (CARVALHO E PALADINI, 2012).

Quando os princípios da qualidade são adotados e acompanhados de uma ação correspondente, significa que a administração pretende manter a empresa em atividade e, conseqüentemente, proteger os investidores e os empregos.

2.3.1 Satisfação e Insatisfação do Cliente

As empresas estão adotando a prática de satisfazer seus clientes devido à existência de concorrência acirrada e também devido ao crescimento de consumidores mais exigentes e que procuram maior atenção por parte das prestadoras de serviços. Para KOTLER (1998, p.53), o conceito de satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto ou resultado em relação às expectativas da pessoa. A satisfação do cliente é fundamental para as empresas, por isso busca-se o conhecimento das necessidades do consumidor-alvo para aprimorar a qualidade nos serviços prestados.

Os consumidores criam suas expectativas através de experiências anteriores, de informações e promessas de empresas e concorrentes e, até mesmo, experiências de compras anteriores de amigos. Se a empresa cria expectativas elevadas, há possibilidade de não conseguir atendê-las podendo ocasionar a insatisfação dos clientes, criando assim um cliente insatisfeito (KOTLER, 1998). As expectativas são criadas pelo cliente, pois se o retorno oferecido pelo serviço prestado for menor que o esperado, ele estará insatisfeito; se for o esperado, estará satisfeito e se exceder suas expectativas, estará altamente satisfeito.

Já a insatisfação pode ser entendida como uma impressão negativa gerada pela desconfiância de expectativas, na tentativa de compra/prestação de serviço do consumidor. As empresas que possuem consumidores insatisfeitos, geralmente tem uma maior rotatividade de

clientes, e devido a isso, gera a dificuldade de atrair novos clientes que estão trabalhando com os concorrentes.

Como afirma Dantas (2004, p. 47):

Quando os clientes estão insatisfeitos com os produtos ou serviços, eles têm duas opções: podem dizer alguma coisa ou irem embora. Se forem embora, eles estão tirando das empresas virtualmente qualquer oportunidade de reparar a insatisfação [...]. Por mais que não gostem de receber o *feedback* negativo, clientes que reclamam estão nos presenteando.

No entanto, a empresa deve aproximar os seus esforços à satisfação do cliente, tendo em conta que o cliente satisfeito acaba não só por voltar, mas também por continuar e, consequentemente, trazer mais clientes para a empresa. Com a implantação do “5S” a empresa poderá alcançar a melhoria esperada da qualidade, bem como a otimização da empresa em todos os segmentos.

2.3.2. Os “5 S”

O programa 5S surgiu nas empresas do Japão, durante a reconstrução do país depois da segunda guerra mundial. A finalidade dos 5S é cuidar da base, facilitando o aprendizado e prática de conceitos e ferramentas para a qualidade. Isso inclui cuidar do ambiente, equipamentos, materiais, métodos, medidas e, especialmente, pessoas. Com os novos desafios, inclusive a evolução da tecnologia da comunicação, os 5S evoluíram (RIBEIRO 2006). Com a alta tecnologia e a rapidez com que chegam e se perdem as novidades, a prática dos 5S é mais necessária do que nunca.

Após a guerra no Japão, na década de 50, momento em que o país tentava se levantar da triste derrota da Segunda Guerra Mundial, era preciso dar um jeito na bagunça para retomarem à vida (RIBEIRO, 2006). Agora, há outro desafio constante a ser atendido, mesmo em países que não passaram pela guerra. No mundo globalizado, as coisas chegam muito depressa e rapidamente perdem o valor. Há uma chuva de informações e oportunidades descartáveis chegando a todo o momento.

O papel principal do 5S é orientar como observar, avaliar e tomar decisões adequadas para nosso crescimento e formação como pessoa, cidadão e profissional. Com o 5S, teremos serenidade para bom proveito, sem estresse, das oportunidades do novo jeito de viver.

Sendo assim Ribeiro (2006, p. 17):

A denominação 5S é devida às cinco atividades iniciadas pela letra “S”, quando nomeadas em japonês. São elas:
SEIRI – Utilização – é saber usar sem desperdiçar;
SEITON – Ordenação – é saber organizar para facilitar o acesso e a reposição;
SEISO – Limpeza – é saber zelar pelos recursos e pelas instalações;
SEIKETSU – Saúde e Padronização – é ter higiene no local de trabalho e estabelecer regras de convivência e de manutenção dos três primeiros “S”;
SHITSUKE – Autodisciplina – é cumprir rigorosamente as normas, regras e os procedimentos.

O programa 5S visa conscientizar a todos da importância da qualidade no ambiente de trabalho. Trata-se de uma filosofia, de uma nova cultura que necessita contar com o comprometimento e participação das equipes de trabalho para gerar os resultados esperados, ambientes limpos, organizados e bem-estar, proporcionando condições para uma maior produtividade.

3 METODOLOGIA

Para a elaboração deste artigo utilizou-se a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo, além do método dedutivo, que auxilia no processo de análise das particularidades de cada cliente. Quanto à natureza, a pesquisa classifica-se como qualitativa e básica, sendo que gerou conhecimentos a serem analisados. Ainda tem características exploratória e descritiva, objetivando avaliar a satisfação dos clientes a respeito de uma realidade vivenciada e apresentada, em relação aos serviços prestados.

A empresa em estudo foi a Miracelle & Mota Ltda., do ramo de instalação elétrica, está no mercado há 7 anos, oferecendo diversos serviços, tais como: Instalação de painéis publicitários; montagem e instalação de sistemas e equipamentos de iluminação e sinalização em vias públicas, portos e aeroportos; aluguel de máquinas e equipamentos para construção, exceto andaime; instalação, manutenção e reparação de elevadores, escadas e esteiras rolantes; instalações de sistema de prevenção contra incêndio; atividades de monitoramento de sistemas de segurança eletrônico, entre outras obras de acabamento da construção.

Para realizar a coleta de dados foi elaborado um formulário com variáveis distintas, no qual cada variável é subdividida em questões diferenciadas, conforme a escala de Likert, estruturado com diversas questões. O primeiro bloco tem a função de identificar o perfil dos pesquisados; o segundo sobre o atendimento; o terceiro referente aos serviços prestados; o quarto está relacionado com o comportamento dos técnicos que executam os serviços; e o

quinto e último bloco de perguntas, refere-se ao pós-serviço prestado, tendo sido aplicado à 08 (oito) clientes mais frequentes.

Os questionários foram respondidos pelos clientes, mediante consentimento dos mesmos em suas propriedades, tendo como suporte a pesquisa de campo; composta de questões abertas que procuraram identificar o perfil dos cliente; e questões fechadas que buscaram verificar a satisfação dos clientes da empresa Miracelle & Mota Ltda., sobre a gestão da qualidade aplicada aos serviços oferecidos pela mesma.

Os dados coletados com a aplicação de questionários foram tabulados em uma planilha do Microsoft Excel, onde cada questão foi lançada em planilha específica e as respostas foram anotadas em forma de tabela, para ser apurado o resultado e análise.

4 ANÁLISE E RESULTADO

As questões formuladas fazem referência à qualidade dos serviços prestados pela empresa Miracelle & Mota Ltda. que estão acompanhadas pelos gráficos a seguir. Todas as empresas participantes responderam as questões propostas, divididas em 5 blocos.

No primeiro bloco dos formulários aplicados, buscou-se identificar o perfil das empresas participantes. Constatou-se que 2 (duas) empresas são do ramo de Confeções e Similares, 3 (três) empresas são do ramo Hospitalar/Saúde, e as 3 (três) empresas restantes são de diversos ramos do varejo, a saber: artigos alimentícios, automóveis; e fabricação e venda de gelo. A média de tempo de mercado dessas empresas resultou em 24 anos. A média de quantidade de funcionários por empresa resultou em 64 funcionários. As empresas não terão seus nomes fantasias nem razões sociais divulgadas, sendo identificadas como: Empresa A, B, C, D, E, F, G e H.

Já o segundo bloco dos 8 (oito) questionários aplicados, buscou identificar a intensidade de satisfação dos colaboradores com relação ao Atendimento de maneira geral, oferecido pela empresa alvo desse estudo. O resultado pode ser visualizado na figura 2:

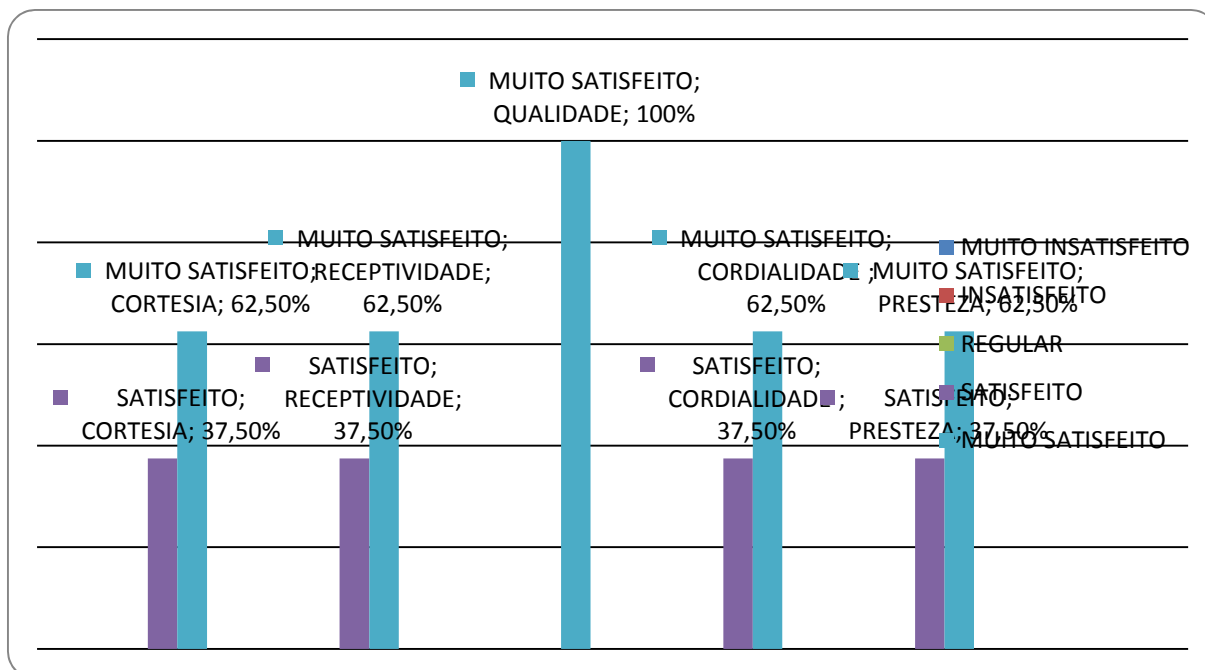


Figura 2: Atendimento

Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Observou-se que as variáveis “Cortesia”, “Receptividade”, “Cordialidade”, e “Presteza” obtiveram as mesmas respostas de seus colaboradores, alcançando intensidade “Muito Satisfeito”, com 62,5% e “Satisfeito” com 37,5% das respostas. Já variável “Qualidade” foi a única que obteve intensidade “Muito Satisfeito” com 100% de resposta de todos os clientes, referindo-se a precisão e segurança na prestação do atendimento.

O cliente se Conquista e se mantém com base na qualidade de atendimento. O proprietário do restaurante Vetan Chicago, Dought Roth, comentou certa vez: “Um bom atendimento poderá salvar uma refeição ruim, entretanto, uma refeição excelente jamais salvará um mau atendimento” (JUNIOR, 2003).

O terceiro bloco dos 8 (oito) formulários aplicados buscou identificar a intensidade de satisfação dos colaboradores com relação ao Serviço oferecido pela empresa em estudo. O resultado pode ser visualizado na figura 3, a seguir:

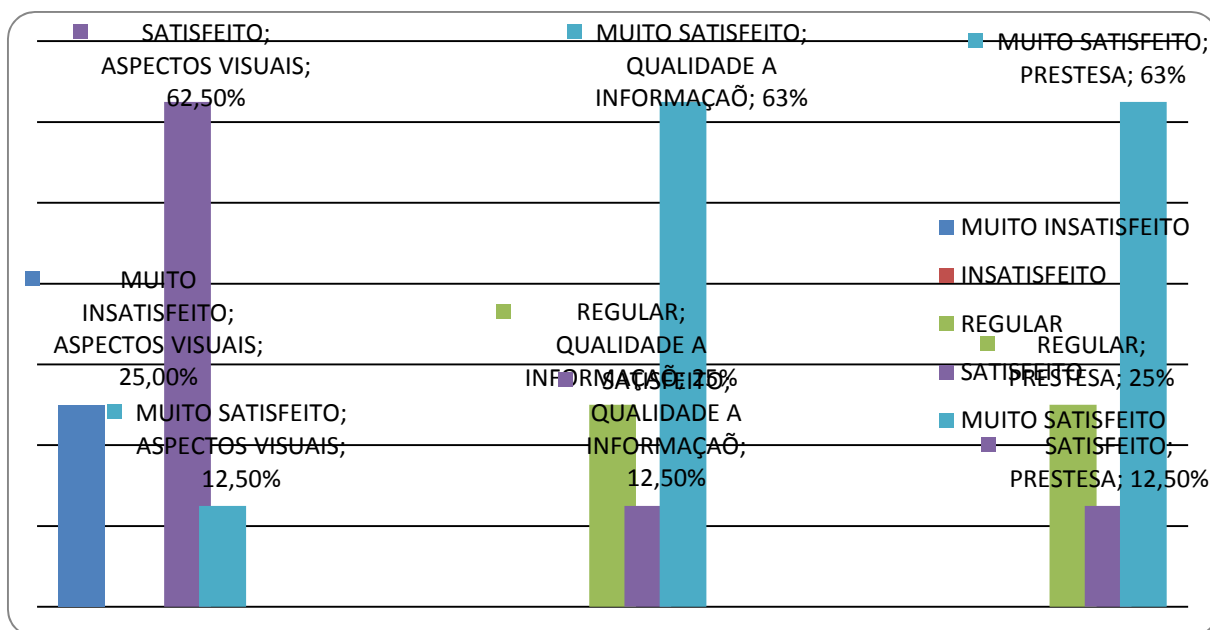


Figura 3: Serviços

Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Neste bloco, “Aspectos Visuais” obteve notas diferenciadas, sendo a maioria das respostas correspondente ao quesito “Satisfeito” representando 62,5% e 12,5% no quesito “Muito Satisfeito”, apesar de 3 (três) respostas corresponderem ao quesito “Muito Insatisfeito” com 25%, identificando-se um ponto fraco na gestão da qualidade da empresa em estudo. Já a variável “Qualidade da Informação” obteve intensidade máxima “Muito Satisfeito” com 62,5%, no quesito “Satisfeito” com 12,5% e “Regular” com 25% dos colaboradores participantes. A variável “Presteza” obteve em sua maioria a intensidade “Muito Satisfeito” com 62,5%, “Satisfeito” com 12,5% e “Regular” com 25%.

Subjacente à idealização da ação do Serviço Social, parece haver em desconsideração das condições objetivas sob as quais se desenvolve a prática profissional, no contexto de produção dos serviços públicos de saúde. Nesse caso, as condições objetivas dizem respeito ao caráter subsidiário da prática em relação às atividades-fim das organizações de saúde e às relações de subordinação inerentes à condição de trabalhadores assalariados.

O quarto bloco do formulário corresponde aos Técnicos da empresa Miracelle & Mota Ltda. que executam os serviços oferecidos, buscando identificar a intensidade de satisfação dos serviços prestados pelos mesmos. O resultado pode ser visualizado na figura 4:

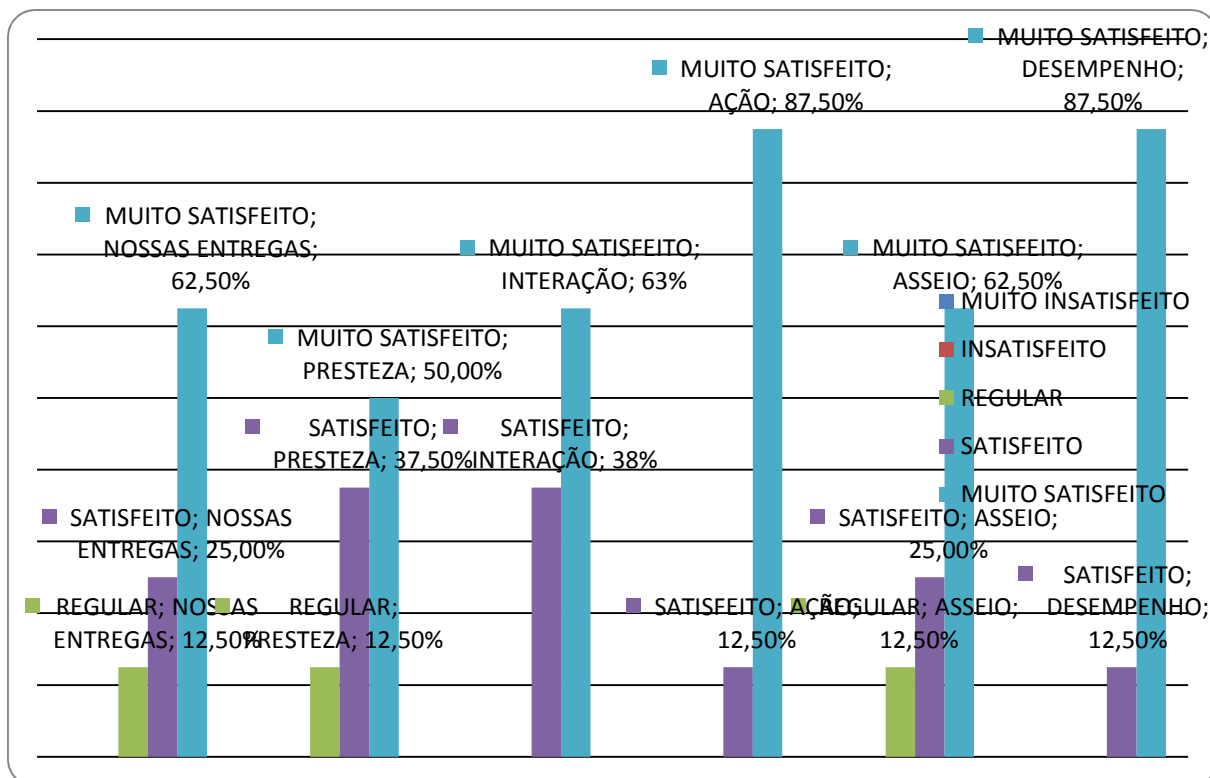


Figura 4: Técnicos

Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Analizando este gráfico, os quesitos “Nossas entregas” e “Asseio” obtiveram a mesma porcentagem com intensidade “Regular” com 12,5%, “Satisfeito” com 25% e “Muito Satisfeito” com 62,5%. O quesito “Presteza” obteve nível “Regular” com 12,5%, “Satisfeito” com 37,5% e “Muito Satisfeito” com 50%. Já o quesito “Interação” obteve nível “Satisfeito” com 37,5% e “Muito Satisfeito” com 62,5%. Por fim, os quesitos “Ação” e “Desempenho” obtiveram a mesma porcentagem nos níveis “Satisfeito” com 12,5% e “Muito Satisfeito” com 87,5%. As variáveis “Ação” e “Desempenho” foram os mais bem avaliados com 87,5% cada.

Há uma necessidade das empresas atraírem, reterem e desenvolverem pessoas com aptidões de excelência notória que façam a diferença em frente às concorrentes, para isso, se faz necessário um sistema de retribuição ao profissional, o qual esteja em simetria à tarefa que lhe é confiada (JÚNIOR, 2012).

O quinto e último bloco do questionário buscou avaliar a satisfação das empresas-clientes com relação ao Pós-entrega dos serviços oferecidos pela empresa contratada. O resultado pode ser visualizado no gráfico 4, adiante:

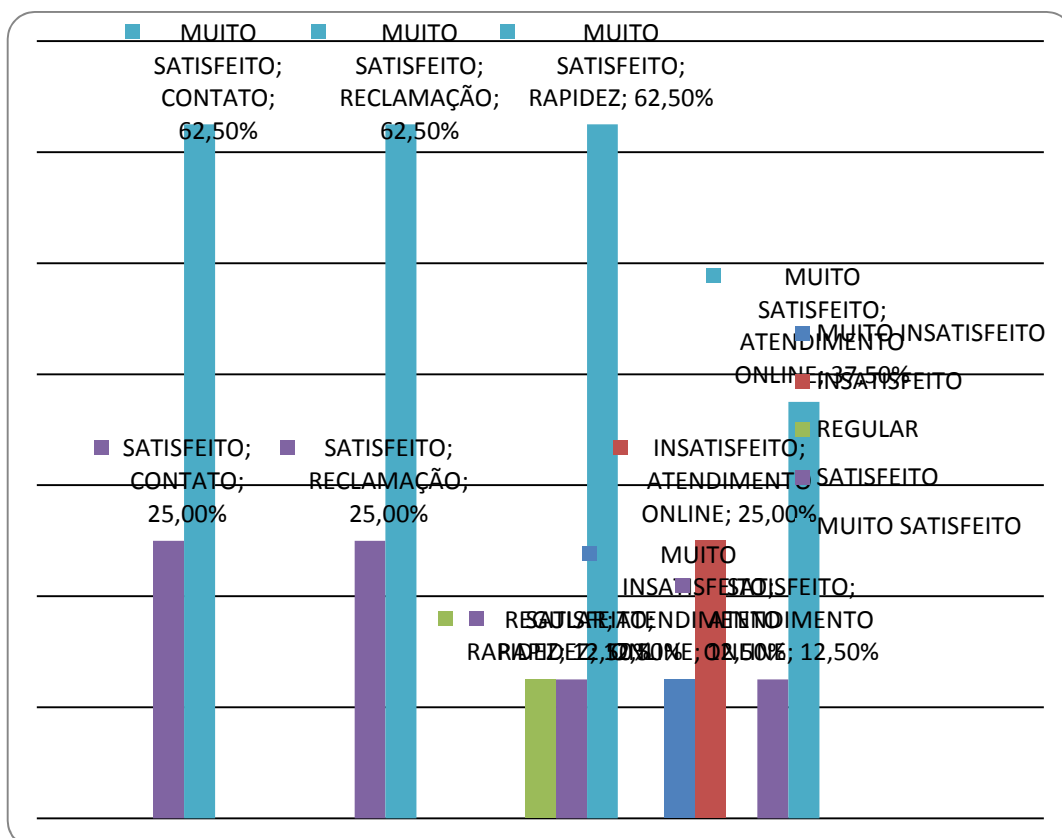


Figura 5: Pós-Entrega

Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Os resultados obtidos deste bloco sofreram diferenças visíveis. As variáveis “Contato”, “Reclamação”, e “Rapidez” obtiveram nível “Muito Satisfeito” com 62,5% de 5 (cinco) empresas. Já os quesitos “Contato” e “Reclamação” obtiveram nível “Satisfeito” com 25%. Porém, o quesito “Atendimento Online” foi o que obteve a maior divergência de respostas, atingindo o nível “Muito Insatisfeito” com 12,5%, “Insatisfeito” com 25%, “Satisfeito” com 12,5% e “Muito Satisfeito” com 37,5% identificando-se outro ponto fraco com relação à gestão da qualidade.

Observa-se também que a empresa F não respondeu aos quatro aspectos do Pós-entrega, alegando que ainda não teve a necessidade de utilizar este serviço. A gestão visa melhorar a competitividade, a eficácia e a flexibilidade de uma organização por meio de planejamento, organização e compreensão de cada atividade, envolvendo cada indivíduo em cada nível, desse modo, percebe-se que todos, e de todas as áreas, devem ser aplicadas (OAKLAND, 1994).

Os dois últimos itens desse bloco referem-se a suas questões com respostas fechadas de “Sim” e “Não”. A primeira delas buscou identificar se os serviços oferecidos pela empresa

Miracelle & Mota Ltda. atenderam às expectativas dos clientes. E a segunda questão buscou identificar se os mesmos recomendariam os serviços da empresa avaliada para outras pessoas e/ou empresas. Todas as empresas, sem exceção, responderam “Sim” à resposta dos itens citados anteriormente, observando-se a satisfação geral com os serviços oferecidos pela empresa, alvo deste estudo.

A satisfação do cliente é fundamental para as empresas, com isso busca-se o conhecimento das necessidades do consumidor, para aprimorar a qualidade nos serviços prestados. No entanto, a empresa deve aproximar os seus esforços na satisfação do cliente, tendo em conta que o cliente satisfeito acaba não só por voltar, mas também por continuar e, conseqüentemente, trazer mais clientes para a empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo geral de pesquisa analisar a gestão da qualidade da empresa Miracelle & Mota Ltda. a partir da avaliação do nível de satisfação dos clientes, referente aos serviços prestados pela empresa. Para viabilizar a concretização deste objetivo, buscou-se verificar os resultados preestabelecidos e sua conformidade aos padrões da qualidade propostos, avaliando o nível de satisfação dos clientes, de acordo com os serviços prestados e propondo ações correlativas para eliminar os bloqueios que dificultam o alcance da qualidade proposta.

Para tanto, utilizou-se a técnica de coleta de dados que consiste na aplicação de Formulários, onde os mesmos objetivaram coletar dados referentes à satisfação dos clientes da empresa em estudo, com relação aos quesitos considerados importantes para avaliar os serviços prestados e, conseqüentemente, a gestão da qualidade por essa perspectiva. Com uma amostra de 8 (oito) clientes, os formulários foram respondidos por eles, conforme autorização dos mesmos. O formulário coletou informações acerca do perfil do cliente, além de seu nível de satisfação com relação aos quesitos Atendimento, Serviço, Técnicos e Pós entrega, onde os clientes responderam sua satisfação em níveis: Muito Insatisfeito, Insatisfeito, Regular, Satisfeito ou Muito Satisfeito.

Como resultado da pesquisa, observou-se que, de modo geral, os clientes estão satisfeitos com os quesitos avaliados e com a qualidade do serviço prestado pela empresa, onde todos os participantes afirmam que os serviços oferecidos atendem às suas expectativas

e que recomendariam a empresa para outras pessoas. Com relação ao Atendimento, os clientes estão entre Satisfeitos e Muito Satisfeitos, com a cortesia e cordialidade apresentada pela empresa através de seus funcionários, bem como a receptividade com o cliente e a presteza em realizar o serviço. A variável Qualidade foi a que mais se destacou, pois obteve aprovação geral dos clientes, que estão muito satisfeitos com a precisão e a segurança na realização dos serviços.

Outro aspecto positivo observado refere-se ao quesito Técnicos, onde avaliou-se os colaboradores da empresa estudada. De modo geral, os clientes estão entre Regularmente Satisfeitos e Muito Satisfeitos com relação aos técnicos da empresa, onde as variáveis: Nossas Entregas, Presteza, Interação e Asseio, foram bem avaliadas, mostrando que os profissionais cumprem os prazos estabelecidos, são rápidos e eficientes, além de manter o ambiente de trabalho limpo. As variáveis Ação e Desempenho obtiveram níveis de Muito Satisfeitos, pois os clientes exaltaram a agilidade e o atendimento de suas necessidades por parte dos Técnicos.

Porém, além dos pontos fortes, identificou-se alguns aspectos negativos em 2 (dois) quesitos pesquisados. O quesito Serviço, apesar de bem avaliado com relação às variáveis Qualidade da Informação e Presteza, obteve o nível Muito Insatisfeito por 25% dos clientes participantes com relação à variável Aspectos Visuais, referindo-se à falta divulgação da empresa, se tratando de Publicidade e Propaganda, como confecção de materiais impressos para a promoção da mesma.

Outro aspecto que se mostrou negativo, refere-se ao quesito Pós-Entrega que, mesmo sendo bem avaliado com relação às variáveis Contato, Reclamação e Rapidez; a variável Atendimento Online obteve níveis de 12,5% de Muito Insatisfeito e 25% de Insatisfeito, onde os clientes relataram ser ineficiente a comunicação com a empresa, através de meios online.

Seguindo os objetivos específicos, propõe-se medidas correlativas que auxiliam a empresa a melhorar sua gestão da qualidade, partindo dos dados coletados da satisfação dos clientes. A empresa Miracelle e Mota deveria investir em publicidade, melhorando seus aspectos visuais, consequentemente, aumentando sua visibilidade no mercado e conquistando mais clientes. Além disso, a empresa deveria investir e melhorar a interatividade de seus meios de comunicação online com os clientes, para uma melhor comodidade.

A referente pesquisa baseou-se na utilização de uma amostra dos clientes mais frequentes da empresa Miracelle e Mota, sendo assim, sugere-se uma nova pesquisa utilizando esse mesmo tema, com uma amostra maior de clientes, para a obtenção de um resultado mais específico.

REFERÊNCIAS

- ABNT NBR ISO 9000. **Sistema de Gestão de Qualidade-Fundamento e Qualidades** – <<https://qualidadeuniso.files.wordpress.com/2012/09/nbr-iso-9000-2005.pdf>> Acesso em: 25 de nov. 2014.
- ABRANTES, José. **Gestão da Qualidade**. Rio de Janeiro: Interciencia, 2009.
- CARVALHO, M. M.; PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade**: Teoria e casos. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012
- CORRÊA, Henrique L. **Administração de Produção e Operações**: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. 2. ed. – 6. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria da Administração**: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. – 12 Reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao Público nas Organizações**: quando o marketing de serviços mostra a cara. Brasília: Editora Senac DF, 2004.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LONGO, Rose Mary Juliano. **Gestão da Qualidade**: Evolução Histórica, Conceitos Básicos e Aplicação na Educação – 1996 <http://desafios2.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/TDs/td_0397.pdf> Acesso em: 26 de nov. 2014.
- NETO, Ribeiro; BATISTA, João M.; TAVARES, José da Cunha; HOFFMANN, Silvana Carvalho. **Sistema de Gestão integrado**: Qualidade, meio ambiente, responsabilidade social e segurança e saúde no trabalho. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2008.
- OAKLAND, Jonh. **Gerenciamento da Qualidade Total**. São Paulo: Nobel, 1994.
- OLIVEIRA, Otávio J. (Org.). **Gestão de Qualidade**: Tópicos avançados. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- PALUDO, Augustinho Vicente. **Orçamento Público e Administração Financeira e Orçamentária**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- RIBEIRO, Haroldo. **A Bíblia do 5S, da Implantação à Excelência**. Salvador: Casa da Qualidade, 2006.

ROCHA, E. C.; GOMES, S. H. A. **Gestão da qualidade em unidades de informação.** Ciência da Informação, Brasília, DF, 1993.

RODRIGUES, Marcus Vinicius Carvalho. **Ações para a Qualidade.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

SANTOS, Izequias Estevam dos. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica.** 5^a ed. Niterói/RJ: Impetus, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 12^a Ed. São Paulo: Atlas S.A., 2010.

APÊNDICE

APÊNDICE I

Questionário a ser aplicado aos clientes da empresa Miracelle & Mota Ltda.
(Avaliar a satisfação quanto à prestação de serviços)

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CÂMPUSPROF. FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Prezado (a) Cliente,

Eu, Mirecelle Silva Mota, como aluna do 8º Período, do Curso de Ciências Contábeis, solicito a sua colaboração para responder o questionário a seguir, visando à realização de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que tem como objeto de estudo a “Gestão da Qualidade: o caso da empresa Miracelle & Mota Ltda na cidade de Cacoal - RO”, visando a qualidade dos serviços prestados da empresa Miracelle & Mota Ltda. Portanto, este questionário visa captar o nível de satisfação dos clientes na minha pesquisa científica.

Nossos sinceros agradecimentos pela sua participação!

Pesquisador: Miracelle Silva Mota

Orientador: Professor Ms. Geraldo da Silva Correia.

Para que este objetivo possa concretizar-se venho-lhe apresentar um questionário:

A. SOBRE O CLIENTE:

Nome da Empresa: _____

Nome do Responsável: _____

Quantidade de Funcionários: _____

Tempo no Mercado de Trabalho: _____

Ramo de Atuação: _____

B. SOBRE O ATENDIMENTO:

Marque **1** para (**Muito Insatisfeito**), **2** para (**Insatisfeito**), **3** para (**Regular**), **4** para (**Satisfeito**), **5** para (**Muito Satisfeito**).

- | | | | | | | | | | | | | |
|----|---------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|
| 1. | CORTESIA | Demonstra educação e cordialidade para ouvir o cliente. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 2. | RECEPTIVIDADE | Tempo de resposta a uma solicitação ou reclamação. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 3. | QUALIDADE | Com precisão e segurança. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 4. | CORDIALIDADE | Agilidade e simplicidade no atendimento. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 5. | PRESTREZA | Rápido e eficiente. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |

C. SOBRE O SERVIÇO:

Marque **1** para (**Muito Insatisfeito**), **2** para (**Insatisfeito**), **3** para (**Regular**), **4** para (**Satisfeito**), **5** para (**Muito Satisfeito**).

- | | | | | | | | | | | | | |
|----|-------------------------|--------------------------------|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|
| 1. | ASPECTOS VISUAIS | Folders e materiais impressos. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 2. | QUALIDADE DA INFORMAÇÃO | Clara, objetiva e eficiente. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 3. | PRESTREZA | Rápido e eficiente. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |

D. SOBRE OS TÉCNICOS:

Marque **1** para (**Muito Insatisfeito**), **2** para (**Insatisfeito**), **3** para (**Regular**), **4** para (**Satisfeito**), **5** para (**Muito Satisfeito**).

- | | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|
| 1. | NOSSAS ENTREGAS | Cumprimento dos prazos estabelecidos. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 2. | PRESTREZA | Rápido e eficiente | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 3. | INTERAÇÃO | Respostas ao cliente no ato da instalação. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 4. | AÇÃO | Agilidade do técnico na execução do trabalho. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 5. | ASSEIO | Limpeza do local no ato da instalação e após. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |
| 6. | DESEMPENHO | Atende a todas as necessidades. | <input type="radio"/> | 1 | <input type="radio"/> | 2 | <input type="radio"/> | 3 | <input type="radio"/> | 4 | <input type="radio"/> | 5 |

E. SOBRE O POS ENTREGA:

Marque **1** para (**Muito Insatisfeito**), **2** para (**Insatisfeito**), **3** para (**Regular**), **4** para (**Satisfeito**), **5** para (**Muito Satisfeito**).

- | | | |
|------------------------|---|---|
| 1. CONTATO | Satisfatória e atende as expectativas pós-venda. | <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 |
| 2. RECLAMAÇÃO | São atendidas e resolvidas. | <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 |
| 3. RAPIDEZ | Os problemas são resolvidos em visita ou por telefone. | <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 |
| 4. ATENDIMENTO ONLINE | De fácil acesso e eficiente. | <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 |
| 5. SERVIÇOS FORNECIDOS | Os serviços fornecidos pela Miracelle & Mota, atenderam as suas expectativas? | <input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não |
| 6. RECOMENDA | Você recomendaria os serviços da empresa para outras pessoas? | <input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não |

ANEXO

**ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
(COLABORADORES DOS SERVIÇOS PRESTADOS DA EMPRESA MIRACELLE
& MOTA LTDA)**

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa **Gestão da Qualidade: o caso da empresa Miracelle & Mota Ltda na cidade de Cacoal - RO**. No caso de você concordar em participar, favor assinar ao final do documento. Sua participação é importante, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador (a) ou com a instituição. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e endereço do pesquisador (a) principal, podendo tirar dúvidas do projeto e de sua participação.

PROGRAMA: Graduação em Ciências Contábeis da UNIR – Fundação Universidade Federal de Rondônia, Campus Cacoal.

PESQUISADOR (A) RESPONSÁVEL: Miracelle Silva Mota

ENDEREÇO: Rua Professora Maria Lucia da Silva Miller, nº 3015, Residencial parque Brizon.

TELEFONE: (069) 9984-6340

OBJETIVOS:

Analisar a gestão da qualidade da empresa Miracelle & Mota Ltda no ponto de vista dos clientes visando à prestação de serviço;

Verificar os resultados preestabelecidos e sua conformidade aos padrões de qualidade propostos;

Avaliar o nível de satisfação dos clientes, de acordo com os serviços prestados;

Propor ações correlativas para eliminar os bloqueios que dificultam o alcance da qualidade proposta.

PROCEDIMENTOS DO ESTUDO: Caso concorde em participar desta pesquisa, você terá que responder um formulário com variáveis distintas, do qual, cada variável é subdividida com questões diferenciadas. Os dados coletados serão analisados para fechamento do Artigo para Graduação no Curso de Graduação em Ciências da Universidade Federal de Rondônia.

RISCOS E DESCONFORTOS: A pesquisa não oferece nenhum risco ou prejuízo ao participante.

BENEFÍCIOS: Discussão e conhecimento acerca da gestão da qualidade utilizado pela empresa Miracelle & Mota Ltda.

CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE: Não haverá nenhum gasto ou pagamento com sua participação.

CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA: Garantia de sigilo que assegure a sua privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa. Os dados e o seu nome não serão divulgados.

_____, ____/____/____

Assinatura do Participante: _____

ANEXO B - REVISÃO DO TEXTO

DECLARAÇÃO

Eu, **Chiara Karina Rosa**, professora de Língua Portuguesa, lotada na Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Carlos Gomes, portadora do registro profissional nº9700586-DEMEC/RO do estado de Rondônia declaro, para os devidos fins e efeitos, e para fazer prova junto ao departamento de Ciências Contábeis, consistindo em, realização da correção gramatical, adequação do vocabulário e inteligibilidade do texto, revisão de normas técnicas e metodológicas, do TCC – Trabalho de Conclusão de Curso como título: “**Gestão da Qualidade: o caso da empresa Mircelle e Mota LTDA na cidade de Cacoal - RO**” de autoria de Miracelle Silva Mota, do curso de Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR, Campus Francisco Gonsalves Quiles.

Por ser verdade, firmo o presente.

Cacoal, 10 de Junho de 2015.

Chiara Karina Rosa
Letras Plena
Língua Portuguesa e respectivas Literaturas.